Le magazine des commerçants indépendants et en réseaux
Commerce magazine
160 bis, rue de Paris
92645 Boulogne Billancourt Cedex - 01 46 99 93 93

MAI 14
Mensuel

Surface approx. (cm²) : 993
N° de page : 1

Le magazine des commerçants indépendants et en réseaux

Commerce magazine

MAI 2014 – 5 € – N° 147

Deux pointures du développement commercial

COMMERCE ORGANISÉ
Le réseau MaxiHome réalise un lipdub pour attirer des mandataires **P. 8**

INITIATIVES
À Grenoble, l'animation commerciale sur mesure du commerce de prêt-à-porter Milano **P. 11**

La torréfactrice Fabienne Belda promeut le développement durable sous toutes ses formes **P. 12**

le guide du dirigeant

GESTION
Simplifiez votre gestion grâce aux cartes carburant **P. 19**

FISCALITÉ
Déclaration sociale des indépendants : mode d'emploi **P. 23**

STRATÉGIE
Gérer l'arrivée d'un concurrent dans votre zone de chalandise **P. 28**

RELATION CLIENT
Comment réagir face aux avis négatifs en ligne ? **P. 30**

LE CONCEPT DU MOIS
L'AntiCafé est un vrai lieu d'échange **P. 34**

Eléments de recherche : Toutes citations : - MAXI HOME : groupe immobilier et financier - CHRISTOPHE CELDRAN : fondateur de Maxi Home

Le magazine des commerçants indépendants et en réseaux
Commerce magazine
160 bis, rue de Paris
92645 Boulogne Billancourt Cedex - 01 46 99 93 93

MAI 14
Mensuel

Surface approx. (cm²) : 993
N° de page : 1

RUE DU COMMERCE

COMMERCE ORGANISÉ Pour recruter des mandataires, le réseau Maxihome, spécialisé dans l'immobilier et la gestion de patrimoine, a publié un lipdub sur YouTube et les réseaux sociaux. La démarche, audacieuse, a rencontré un vif succès. PAR MALLORY LALANNE

Un lipdub pour recruter des mandataires

En plus d'accélérer le recrutement des commerciaux, le lipdub, peu coûteux et stimulant à réaliser, a renforcé la cohésion en interne.

Décembre 2013. L'agitation gagne les locaux du siège social du réseau Maxihome, basé à Martigues et spécialisé dans l'immobilier et la gestion de patrimoine. Une vingtaine de salariés chauffent leur voix sur une musique des années 1980. Pour recruter 150 agents immobiliers sur toute la France, la direction de l'enseigne a eu l'idée de réunir plusieurs de ses collaborateurs afin de réaliser un lipdub, clip promotionnel chanté. Le but ? Attirer de nouveaux mandataires au sein du réseau. « *Nous avons voulu montrer notre métier sous un angle plus dynamique qu'il ne l'est habituellement, afin de démystifier la vision que le public a généralement des agents immobiliers. Il était également important de montrer la particularité de notre réseau* », explique Priscilla Ponce, responsable du service financier de Maxihome. L'enseigne propose en effet, en plus de la vente dans l'ancien, le neuf et l'investissement locatif, un service de financement de rachat de crédit et de défiscalisation pour accompagner le client du début à la fin de sa démarche. « *Nous recherchons des profils de commerciaux expérimentés, car les mandataires immobiliers sont indépendants et travaillent directement de chez eux* », poursuit Priscilla Ponce.

« Nous avons voulu montrer notre métier sous un angle dynamique, démystifié. »
Priscilla Ponce, responsable financière de Maxihome

Repères
Raison sociale : Maxihome
Activité : Immobilier et gestion de patrimoine
Ville : Martigues (Bouches-du-Rhône)
Année de création : 2009
Effectif 2013
300 agents mandataires

Retombées immédiates

Pour séduire les candidats, le groupe a travaillé les couplets et soigné les rimes. "Si vous êtes motivé par l'efficacité, on vous propose plusieurs activités [...] pour gagner plus de blé, oui, devenez la pierre de notre grand succès. Venez, venez, venez chez Maxihome changer de vie, devenez la clé de notre success story...", peut-on entendre sur la bande-son. Pari réussi. « *Le lipdub, publié sur la Toile fin décembre, a rencontré un succès quasi immédiat et notamment sur YouTube et les réseaux sociaux* », assure Priscilla Ponce. En moins de trois semaines, la vidéo a atteint 4 000 visionnages. Deux mois après, à savoir début mars, ce sont plus de 34 000 vues qui ont été enregistrées. Résultat : plus de 3 000 formulaires de demande de recrutement ont été remplis, 200 rendez-vous individuels réalisés et 35 mandataires ont été recrutés entre janvier et début mars.

Pour Priscilla Ponce, si l'objectif initial de recrutement a suscité un bel élan, la réalisation d'un lipdub présente un autre avantage : « *Notre but était également de renforcer la cohésion en interne et de témoigner de la bonne ambiance qui règne au sein de notre réseau. Tout le monde a décidé de prendre part au projet de manière active et conviviale.* » Simple et rapide (moins de trois semaines entre la concrétisation du projet et sa publication sur la Toile), la réalisation d'un lipdub est également peu coûteuse. Le budget dédié à l'opération n'a pas dépassé 1 000 euros. Un dispositif facile à dupliquer. ■

Eléments de recherche : Toutes citations : - MAXI HOME : groupe immobilier et financier - CHRISTOPHE CELDRAN : fondateur de Maxi Home